

С.19-28.

3.Малярець Л.М. Вимірювання ознак об'єктів в економіці: методологія та практика. Наукове видання. – Харків: ХНЕУ, 2006. – 384 с.

4.Отенко І.П., Малярець Л.М. Механізм управління потенціалом підприємства. Наукове видання. – Харків: ХГЕУ, 2003. – 220 с.

5.Глинский В.В., Ионин В.Г. Статистический анализ. – М.: ИИД «Филинь», 1998. – 264 с.

6.Малярець Л.М. Статистические методы описания взаимосвязи качественных (порядковых) признаков объекта в экономике // Бизнес-Информ. Вып 5. – Харьков: ХНЕУ, 2006. – С.72-82.

Отримано 31.10.2006

УДК 231.23

В.І.ЧЕПІНОГА

Нікопольська філія Міжрегіональної академії управління персоналом

МОНІТОРИНГ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджуються питання оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства, розроблено методику такої оцінки як базового елементу організації системи моніторингу конкурентоспроможності будівельного підприємства в умовах конкретного проекту.

Розвиток ринкових відносин і здійснені у зв'язку з цим перетворення в економіці спонукають до вирішення важливих проблем у сфері управління підприємствами, обумовлених зростанням впливу зовнішніх факторів, у першу чергу, посиленням конкуренції. Особливо гостро проблема адекватного реагування на ці зміни постала перед підприємствами, що виявилися не готові забезпечити власну конкурентоспроможність. Отже, не викликає сумніву, що робота в умовах нестабільного середовища трансформаційної економіки України потребує нових форм і методів управління, що передбачають насамперед підвищення ефективності функціонування підприємства в цілому. В цьому контексті вирішальним завданням є адаптація до конкурентного середовища, що швидко змінюється, зокрема, організація системи моніторингу конкурентоспроможності підприємства.

Загалом проблемам управління конкурентоспроможністю підприємства присвячена значна кількість досліджень зарубіжних та вітчизняних вчених [1-7]. Разом з тим ряд важливих питань формування теоретичної та методичної бази для забезпечення розробки і впровадження системи моніторингу конкурентоспроможності підприємства в умовах становлення і розвитку ринкових відносин вимагає подальших досліджень, особливо враховуючи практичну відсутність такої бази для підприємств будівельної галузі.

Метою цієї роботи є розробка методичних основ оцінки конкурентоспроможності і в цілому організації системи її моніторингу для будівельного підприємства.

Взагалі оцінка поточного стану конкурентоспроможності є важливим маркетинговим інструментом будівельного підприємства. Враховуючи специфіку виробничої діяльності у будівництві, пропонується виконувати таку оцінку в ході підготовки тендерних процедур за кожним будівельним проектом. Налагодження системної роботи в цьому напрямку фактично і означатиме створення системи моніторингу конкурентоспроможності будівельного підприємства.

Оцінку конкурентоспроможності підприємства пропонується здійснювати на базі системного підходу з використанням апарату векторної алгебри. Алгоритм розрахунків враховує оригінальну критеріальну базу, що включає відносні показники оцінки конкурентоспроможності даного підприємства та інших підприємств, які приймають участь у тендері. Зокрема, серед показників пропонуються наступні.

1. Відносна договірна ціна однієї гривні кошторисної вартості будівельно-монтажних робіт за даним проектом, що являє собою співвідношення договірної ціни однієї гривні кошторисної вартості робіт, визначеної даним будівельним підприємством і середньої галузевої договірної ціни однієї гривні кошторисної вартості робіт.

2. Відносний розмір питомої доданої вартості робіт, що визначається за формулою

$$Q = \frac{P - C_m}{V \cdot Q_{ce}}, \quad (1)$$

де P – договірна ціна робіт, зазначена в оферті; C_m – кошторисна вартість будівельних матеріалів; V – кількість трудовитрат на виконання робіт; Q_{ce} – середньогалузевий показник питомої доданої вартості (або його експертна оцінка).

3. Коефіцієнт якості робіт, що являє собою експертну рейтингову оцінку якості робіт відповідного підприємства на основі аналізу реалізації попередніх проектів, найвищий рейтинг – 1.

4. Коефіцієнт технологічності, визначається аналогічно коефіцієнту якості робіт.

5. Коефіцієнт лояльності фінансування, що визначається наступним чином:

$$K_\phi = \sum_{i=1}^n p_i (1+d)^i \bigg/ \sum_{j=1}^m p_j (1+d)^j, \quad (2)$$

де n – загальна кількість періодів, на яку поділено термін реалізації проекту (виконання робіт); p_i – договірна ціна робіт, виконання яких заплановано в i -му періоді; m – загальна кількість етапів фінансування проекту; p_j – обсяг коштів, запланований до сплати на j -му етапі; d – ставка дисконту.

Ці та інші показники відображають стан та ефективність використання підрядного ресурсу, гнучкість ринкової стратегії підприємств та ін.

Для аналізу конкурентоспроможності будується матриця наступного вигляду:

$$A = |a_{ij}|, \quad i = \overline{1, n}, \quad j = \overline{1, m}, \quad (3)$$

де a_{ij} – показник j , що характеризує підприємство i ; n – кількість підприємств-конкурентів; m – кількість показників, які характеризують діяльність підприємств-конкурентів.

У матрицю A необхідно також ввести додатковий рядок – еталон, показники якого приймаються за одиницю. Еталонний рядок символізує віртуальне підприємство, що є найкращим в існуючих умовах, тобто максимально використовує можливості зовнішнього середовища, раціонально розподіляє власні ресурси та має ефективну систему управління.

Для подальших розрахунків вводяться поправочні коефіцієнти k_j , що є показниками вагомості кожного компонента векторів. Вони визначаються на основі експертної оцінки.

Позиції підприємства у конкурентній боротьбі за тендером по даному будівельному проекту визначаються наступними розрахунковими показниками.

1. Евклідова норма вектору:

$$|A_i| = \sqrt{\sum_{j=1}^m a_{ij}^2 \cdot k_j}. \quad (4)$$

Ця величина буде наближатись до еталонного показника. Чим вона більша, тим вища конкурентоспроможність підприємства.

2. Рівень співспрямованості вектора-еталона і вектора, що характеризує дане підприємство. Цей рівень визначається функцією $\cos \alpha$:

$$\cos \alpha = \frac{\overline{A_0} \cdot \overline{A_i}}{|\overline{A_0}| \cdot |A_i|}, \quad (5)$$

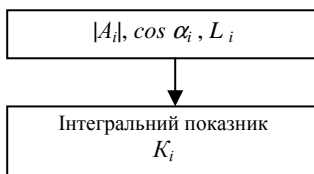
де α – кут між векторами $\overline{A_0}$ і $\overline{A_i}$; $\overline{A_0} \cdot \overline{A_i}$ – скалярний добуток векторів.

Чим вища конкурентоздатність підприємства, тим $\cos \alpha$ ближче до одиниці.

3. Відстань L_i між точками A_i і A_0 , що буде наближатися до нуля.

Але графічна інтерпретація показників конкурентоспроможності виявляє, що співвідношення їх значень може бути неоднаковим. Ці показники всі відіграють важливу роль, тому серед них неможливо вибрати вирішальний.

Враховуючи, що конкурентоспроможність є поняттям багатограним, скористаємось цим принципом для формування інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства по даному будівельному проекту (рисунок).



Логічна схема формування інтегрального показника конкурентного статусу

Для вирішення цього завдання необхідно змінити всі три показники, а метою цих змін має бути надання їм однакової спрямованості. Тоді розрахунок комплексного показника спрощується:

$$K_i = \frac{\sum_{j=1}^3 K_{ij}}{3}, \quad (6)$$

де K_{ij} – часткові показники конкурентоспроможності.

При цьому K_{ij} ($j=1, 3$) не повинні втратити свою однакову вагу. Тому необхідно виконати наступні модифікації:

$$K_i^1 = \frac{|A_i|}{|A_0|} \rightarrow 1(\max), \quad (7)$$

$$K_i^2 = \cos \alpha_i \rightarrow 1(\max), \quad (8)$$

$$K_i^3 = \frac{1}{L_i} \rightarrow \infty(\max). \quad (9)$$

Щоб отримати K_{i3} , потрібно виконати попередні перетворення, які полягають у стандартизації показників K_i^3 , тобто показник K_i^3 , що має максимальне значення, перетворюється на одиницю, а інші – відповідно змінюються.

Далі формується рейтингова система, в рамках якої отримуємо відповідь на питання про рівень конкурентоспроможності кожного учасника тендера і, відповідно, про конкурентну позицію даного підприємства.

Таким чином, розроблена методика дозволяє здійснювати перманентну оцінку конкурентоспроможності будівельного підприємства. Методика є адаптивною як до рівня суб'єктивізації – її можна використовувати і в рамках конкретних проектів, і для аналізу положення підприємства в певному ринковому сегменті, так і до поточної ринкової ситуації (мається на увазі можливість зміни показників залежно від поточної ситуації).

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
2. Акимов Т.А. Теория организации. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 367 с.
3. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. – Харьков: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.
4. Портер М. Стратегия конкуренції. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА - М, 2000. – 312 с.
6. Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С. Управление конкурентоспособностью предприятия. – Харьков: ХНАДУ, 2003. – 186 с.
7. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. А.П.Градова. – СПб.: Спец-Лит, 2000. – 589 с.

Отримано 11.01.2007

УДК 339.137.2

Т.Ю.ДРАЧОВА

Харківська державна академія культури

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Розглядається розвиток теорії конкуренції з моменту її заснування до теперішнього часу. Аналізуються базові постулати основних підходів, визначено їх сильні й слабкі сторони. Виявлено вплив на конкуренцію глобалізації і розвитку можливостей мережі Інтернет.

Україна отримала статус країни з ринковою економікою, що є дуже важливим моментом для співпраці нашої держави з іншими. В